Umbrela nu mai este o umbrelă

On Decembrie 17, 2014

Sporește-ți capacitatea de a evalua valoarea justă a unui activ, concentrându-te în mod deosebit asupra ponderii sale de utilizare.

„ Gândiți-vă la un cuvânt care face trimitere la un lucru – „umbrelă" – de exemplu. Când pronunți cuvântul „umbrelă", deja vedeți obiectul cu ochii minții. Vedeți un fel de băț care are în vârf niște spițe de metal pliabile ce formează o armătură pentru așezarea unui material impermeabil care, o dată deschis, vă va proteja de ploaie. Acest ultim amănunt este foarte important. Umbrela nu numai că este un lucru, ci este un lucru care îndeplinește o funcție – cu alte cuvinte, ea servește unui scop.

Întrebarea este următoarea: ce se întâmplă atunci când un obiect nu își mai îndeplinește funcția? Continuă să fie același obiect sau se transformă în altceva? Când smulgeți materialul de pe umbrelă, acea umbrelă mai este în continuare o umbrelă? O deschideți, ridicați spițele deasupra capului, ieșiți afară în ploaie și vă udați leoarcă. E oare cu putință să mai numim acest obiect o umbrelă?

*În general, lumea așa face. Cel mult, spune că umbrela este stricată. Din punctul meu de vedere, aceasta este o greșeală gravă, sursa tuturor problemelor noastre. Din momentul în care a încetat să servească scopului său inițial, umbrela nu mai este o umbrelă. S-ar putea să semene cu o umbrelă, s-ar putea să fi fost o umbrelă odinioară, dar acum s-a transformat în altceva. " **

Leadership: Faci distincție între importanța întregului schelet pe care se susțin componentele unul model de consum și abordarea deformării acelui model?

Înainte de a organiza leadershipul într-o nouă direcție de propagare a gândirii, prin exploatarea informațiilor provenite din surse variate, mai întâi trebuie să înveți să-ți extinzi cunoașterea despre lucruri. Acea cunoaștere, mai presus de înțelegerea nevoii de personalizare a experiențelor de inovație, de a separa „activul" de „pasiv", sau de a separa o resursă de tip indicator de o resursă de tip consumabil.

Să faci distincție între importanța întregului schelet pe care se susțin componentele unul model de consum și abordarea deformării acestui model, modificând percepția asupra valorii lui, aceasta este abordarea care intră în categoria creșterii calitative a performanțelor tale de bun evaluator. Un lider evaluează gradul de utilitate al resurselor care pot asigura calitatea unei noi abordări și posibilele modificări pe care acestea le vor aduce unui context stabilit de cizelare a perspectivelor și a ideilor directoare.

Este abordarea de care trebuie să ții cont la evaluarea dimensiunii fenomenului de „consum", în baza transformării unor resurse pentru necesitatea identificării altor resurse. Un fel de depistare a valorii adăugate sau reduse, obținută pe fiecare segment de nișă pe care îl dezvolți, definit prin intercalarea funcțiilor sale de divizare și modelare. Aceste funcții sunt folositoare în scopul creșterii productivității în procesul de exploatare a implicațiilor practice ale viziunii alese.

Leadershipul este o proiecție a obiectului din care rezidă o imagine de ansamblu mai vastă asupra dorințelor, nevoilor și credințelor consumatorilor. El poate implica, de asemenea, descoperirea modului în care funcționează piață.

Leadership: Obiectul la care îți raportezi scopurile îndeplinește funcția de fond a acțiunii de selecție a unui model de cunoștințe privitor la transfomarea unei experiențe de "consumator" într-o experiență de "creator"?

Modelul de consum reprezintă o resursă obligatorie de utilizat în vederea producerii de idei și transformării ideilor în noutăți utile în viitor, având o contribuție importantă la înlocuirea vechilor tipare de gândire și a convingerilor limitatoare. Capacitatea de analiză și sinteză de care trebuie să dai dovadă este o competentă cheie în leadership, ca în toate celelalte domenii care au ca obiectiv dezvoltarea sau îmbunătățirea unui sistem de gândire.

Deci, nu ar trebui să faci abstracție de consecințele deformării resurselor care nu mai servesc drept „valoare". Ele devin un factor de referință al analizei aspectelor de comparație în încercarea de a adecva cât mai eficient cerințele de interpretare și extrapolare a unor concluzii particulare. Aceste concluzii, obiectivizându-se în elaborarea unor teorii, concepții, doctrine, principii, conduc la dezvoltarea domeniului practicat printr-o operație a gândirii care pune lucrurile într-o altă perspectivă.

Inițiativa de a realiza un fundament din ceea ce poți pune mai bine în valoare, are ca scop cunoașterea ponderii de utilizare a conținutului resurselor din sfera utilității abordărilor tale. Numai concentrându-te asupra caracteristicilor lor, asupra mijloacelor lor specifice de transformare, vei putea să-ți sporești capacitatea de analiză și sinteză.

Să vezi un obiect cu ochii minții este o experiență de tip "creator" care duce la conturarea unor abordări distincte ce aparțin diverselor orientări psihologice, artistice, culturale, educative, determinative, existând așadar, o multitudine de combinații atribuite reprezentării unei personalități autonome.

Umbrela nu mai este o umbrelă sugerează acea disociere între aspectele concrete și generalitățile abstracte, între aspectele de formă și conținut ale aceleiași resurse - exploatate în vederea creării unei noi valori. Este o disociere între asemănările și diferențele aceleiași entități de referință, care delimitează coordonatele unui model de gândire și creație - specific întreprinzătorilor care știu să gestioneze puterea de identificare și sporire a valorii materiale a lucrurilor.

* Notă: Paul Auster - *Trilogia New York-ului* , Editura Univers, 2007.

Source: https://neculaifantanaru.com/umbrela-nu-mai-este-o-umbrela.html